

Diversifikasi Produk dan Brand Identity: Solusi Pengembangan Peningkatan Usaha Pada Industri Rumah Tangga "Risolicious" di Padangsembian Denpasar

Riza Wulandari^{1*}, I Wayan Gede Lamopia², I Gusti Dessy Sugiharini³,
Edwar⁴, Ni Nyoman Wulan Antari⁵, Jetigardis Tpoy⁶,
Cika Divi Salsabillah⁷

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7} Insitut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

¹ rizawulandari@stikom-bali.ac.id; ² wayan_lamo@gmail.com; ³ dessy_sugiharni@stikom-bali.ac.id

Abstrak

Industri rumah tangga merupakan sistem produksi yang menghasilkan nilai tambah yang dilakukan di lokasi rumah perorangan. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Ibu Lusi Anggraini selaku pemilik Risolicious. Produksi usaha ini adalah jajanan Risoles dengan isi ayam kentang dan telur rebus di balut dalam tepung roti agar pada saat digigit crispy diluar dan lembut didalam. Berdasarkan kunjungan lapangan, permasalahan yang dihadapi saat Pandemi Covid19 diantaranya adalah penurunan keputusan pembelian risoles akibat beberapa pelanggan beliau mengalami gulung tikar. Ketika memutar otak untuk melakukan inovasi, pemahaman beliau tentang mengembangkan bisnis di era saat ini masih rendah sehingga perlu dilakukan pelatihan untuk mengembangkan usaha. Selain itu, mitra belum memiliki brand identity yang mana sebagai identitas yang bisa menarik pelanggan baru dari penjualan risoles yang selama ini beliau geluti. Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi untuk mitra adalah pelatihan desain kemasan dengan menggunakan aplikasi Canva dan juga Pemaparan Urgensi Diversifikasi Produk dilanjutkan Pendampingan yang diberikan oleh Ibu Retno Widayati selaku pemilik usaha risolezat dengan pemasaran dan varian rasa yang kompleks. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat berjalan dengan baik dan lancar, varian rasa yang dimiliki oleh mitra meningkat lebih dari target capaian awal yaitu 80% serta mitra sudah memiliki identitas label kemasan dan bisa mendesain secara mandiri.

Kata Kunci: *diversifikasi produk, brand identity, aplikasi Canva, industri rumah tangga, Risolicious*

Pendahuluan

Home industry atau industri rumah tangga adalah system produksi yang menghasilkan nilai tambah yang dilakukan di lokasi rumah perorangan, dan bukan di suatu pabrik. Dari skala usaha, industri rumahan termasuk usaha mikro. Home industri bergerak dalam skala kecil, dari tenaga kerja yang bukan professional, modal yang kecil. (Ananda, 2016). Pada umumnya, pelaku kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah adalah keluarga itu sendiri dengan mengajak orang di sekitarnya sebagai karyawan. Meskipun dalam skala kecil, namun kegiatan ekonomi ini secara tidak langsung membuka lapangan

pekerjaan untuk sanak saudara ataupun tetangganya. Dengan begitu, perusahaan kecil ini membantu program pemerintah dalam mengurangi pengangguran, otomatis jumlah penduduk miskinpun akan berangsur menurun. Dalam situasi pandemi ini, menurut Kemenkop UKM ada sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan sekitar 56 persen melaporkan terjadi penurunan penjualan, 22 persen melaporkan permasalahan pada aspek pembiayaan, 15 persen melaporkan pada masalah distribusi barang, dan 4 persen melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. (Rahman, n.d.)

Ada beberapa bentuk dan jenis home industry yang dikenal oleh masyarakat salah satunya adalah Home Industry (Industri Rumah Tangga) dalam bidang Makanan. Risolicious adalah salah satu dari sekian industry rumah tangga di Denpasar yang berfokus pada usaha bidang makanan yaitu jajanan Risoles. Usaha Risolicious ini didirikan oleh Ibu Lusi Dwi Anggraini sejak tahun 2016 silam. Pada dasarnya risoles adalah makanan ringan yang berisi bermacam-macam sayuran, yang kemudian dilapisi dengan adonan tepung dan telur. Adonan yang berisi sayuran tersebut kemudian digoreng hingga kecoklatan. Pada umumnya risoles yang dijual, hanya berisi sayuran seperti wortel buncis atau telur rebus yang diberi mayonais. Risoles berasal dari bahasa Belanda “rissole” yaitu pastry berisi daging cincang yang dibungkus dadar dan diolah dengan cara digoreng.

Tim kegiatan pengabdian masyarakat melakukan kunjungan untuk menganalisis lebih dalam tentang usaha Risolicious milik Ibu Lusi dimana beliau mengungkapkan pada tahun 2020, usaha milik Ibu Lusi ini mengalami penurunan profit yang cukup drastis. Biasanya beliau mendapatkan keuntungan bersih sekitar Rp. 3.000.000 – 5.000.000 per bulan dengan jumlah pemesanan minimal 100 pcs risoles/hari (tergantung pemesanan). Cemilan Risoles ini biasanya di sebar di Jajanan Pasar, Angkringan-angkringan yang ada di wilayah Denpasar. Peralatan yang digunakan oleh Ibu Lusi diantaranya seperti timbangan digital, gelas ukur, kuas, teflon, nampan, spatula sendok sayur dan wadah stainless.

Adanya Pandemi Covid19 yang terjadi pada awal tahun 2020 menyebabkan penurunan yang luar biasa bagi Ibu Lusi. Beberapa pelanggan yang beliau kirim Risoles kini sudah berhenti melakukan pemesanan hal ini disebabkan usaha mereka mengalami gulung tikar. Sehingga mau tidak mau Ibu Lusi harus memutar otak untuk memasarkan usaha Risoles miliknya. Saat ini Ibu Lusi juga belum memiliki identitas usaha sehingga banyak yang belum mengenal Risoles buatan beliau selain dari pelanggan-pelanggan beliau. Pemesanan yang biasa dilakukan hanya menggunakan cara word of mouth (dari mulut ke mulut). Adapun profil usaha Risolicious milik Ibu Lusi Dwi Anggraini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Profil Mitra

No.	Keterangan	Uraian
1.	Nama Usaha	: Risolicious
2.	Nama Pemilik	: Lusi Dwi Anggraini
3.	Tahun Pendirian IRT	: 2016
4.	Alamat	: Jl. Tegal Dukuh No 23 Padangsambian
5.	Varian Rasa	: Risoles Kentang Ayam, Risoles Telur Mayo
6.	Jumlah Karyawan	: 2 Orang

No.	Keterangan	Uraian
7.	Keuntungan Minimal (Sebelum Pandemi Covid)	: Rp. 3.000.000 – 7.000.000
8.	Keuntungan Minimal (Selama Pandemi Covid)	: Rp. 700.000 – 1.500.000
9.	Pemasaran	: Warung Jajanan Pasar, Angkringan, <i>Word of Mouth</i>
10.	Media Pemasaran	: Tidak Ada
11.	Identitas Usaha (Label)	: Tidak Ada

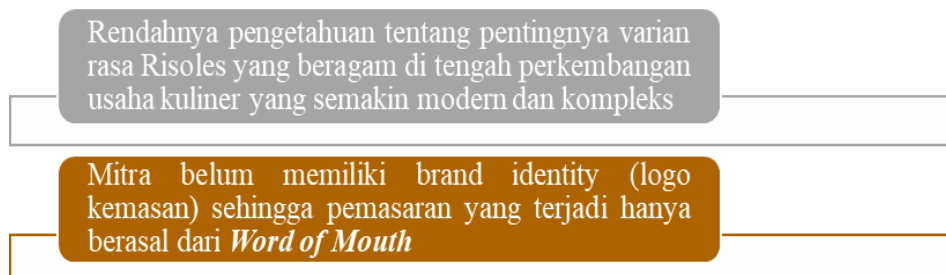


Gambar 1. *Risoles Pemesanan Pelanggan untuk Acara*



Gambar 2. *Risoles untuk Warung dan Angkringan*

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin terbuka membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi dan keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya menyebabkan seorang pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhan yang ada di benaknya itu. Berdasarkan analisis situasi yang ditemukan di lapangan pada saat proses wawancara, terdapat permasalahan prioritas untuk diberikan solusi yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 3. *Permasalahan Mitra*

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan gambar diatas, maka tujuan diadakan program kegiatan pengabdian masyarakat pada mitra Ibu Lusi Dwi Anggraini adalah pertama memberikan Pelatihan Diversifikasi Produk sebagai bentuk strategi menarik kepuasan pelanggan dari varian rasa. Kedua, Penguatan Branding Identity yaitu Pelatihan Pembuatan Labeling Kemasan. Sedangkan luaran dalam kegiatan pengabdian

masyarakat ini adalah adanya penambahan varian rasa bertambah maksimal 80% dari varian semula hanya 2 varian saja dan mitra memiliki label kemasan Risolicious. Mitra juga berdaya dengan sendiri dalam pembuatan labelling sehingga nantinya setelah diberikan pelatihan mitra mampu melakukan explore konten kreatif di media sosial dan juga pada desain kemasan.

Metode Pelaksanaan

Lokasi usaha Ibu Lusi Dwi Anggraini terletak di Jalan Tegal Dukuh IX No 11. Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada peta dibawah ini.



Gambar 4. Lokasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tahap pertama diawali dengan Kunjungan Mitra. Kegiatan ini merupakan pertemuan antara tim pengabdian masyarakat dengan Ibu Lusi Anggraini sebagai mitra. Hal-hal yang disampaikan adalah mengenai persetujuan Ibu Lusi untuk menjadi mitra serta berdiskusi ringan terkait permasalahan yang dirasakan oleh beliau. **Tahapan kedua** adalah *Focus Group Discussion*. Kegiatan ini untuk menjustifikasi permasalahan serta solusi yang diharapkan oleh mitra serta membuat schedule jadwal pelatihan yang akan dilakukan secara daring antara tim kegiatan pengabdian masyarakat dan mitra. **Tahapan ketiga** yaitu Pelatihan dan Pemaparan Urgensi Diversifikasi Produk bertujuan agar mengikuti perkembangan dunia usaha yang modern sehingga mempengaruhi keputusan pembeli dan meningkatkan produksi mitra. Materi ini diberikan karena mitra masih memerlukan pengembangan produk rasa sehingga pada saat mitra telah memahami pentingnya diversifikasi produk, mitra bisa menerapkan dan memberdayakan untuk peningkatan produksi. Dalam kegiatan pelatihan ini, tim pengabdian masyarakat mengundang narasumber untuk memberikan pelatihan teknis pengolahan varian rasa untuk Risoles melalui langkah pembuatan dan resep sehingga mitra bisa mendapatkan ilmu dan menerapkan di usaha mitra. Kegiatan ini dilakukan secara daring selama kurang lebih 120 menit. Setelah mitra mendapatkan materi tentang pentingnya diversifikasi produk terhadap pengaruh keputusan pembeli, kemudian mitra menerapkan materi tersebut dengan membuat risoles dengan berbagai varian rasa. Demonstrasi Mitra dilakukan dengan mengirimkan video sederhana kepada tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat. **Tahap keempat** adalah Kegiatan *Brand identity* melalui pelatihan pembuatan Label Kemasan. Tim pengabdian akan memberikan pelatihan pembuatan label pada kemasan. Output dari kegiatan berupa modul. *Tools* yang nantinya akan digunakan adalah pembuatan label kemasan sederhana menggunakan *canva.com*. dan kemasan yang lebih modern sebagai bentuk brand identitas mitra. Sehingga dari

kemasan yang lebih menarik serta adanya label di kemasan tersebut diharapkan dan menjadi strategi pemasaran untuk mendapatkan pelanggan lebih banyak. Kegiatan pengabdian masyarakat tidak terlepas dari partisipasi mitra dimana mitra juga bekerja sama memberdayakan dirinya sendiri. Sesuai dengan konsep pengertian pemberdayaan adalah suatu upaya untuk membangun daya itu, dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya. Dalam hal ini, mitra adalah orang yang nantinya memiliki kesadaran untuk mengembangkan produk miliknya sendiri.

Hasil dan Pembahasan

Bagian Perkembangan dunia usaha dari tahun ke tahun terus melaju mengikuti kondisi pasar. Tidak bisa dipungkiri semakin lama akan menunjukkan persaingan sengit dari para pelaku bisnis. Mengikuti perkembangan bisnis, konsumen juga semakin pintar dalam memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Melihat fenomena tersebut, pengembangan usaha melalui diversifikasi produk menjadi salah satu strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Pengembangan produk merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyempurnakan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah setiap waktu. Usaha yang diperlukan dalam pengembangan produk bisa dilakukan dengan empat hal yaitu pengembangan pasar, produk, penetrasi pasar, dan diversifikasi produk.

Salah satu upaya dalam menjaga keberlangsungan usaha dalam mitra pengabdian masyarakat ini bersama mitra Ibu Lusi Dwi Anggraini adalah dengan melakukan dua kegiatan yaitu pelatihan desain kemasan dan pengembangan diversifikasi produk yang dalam hal ini menciptakan varian rasa. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi dua hal dengan Teknik pelaksanaan yang berbeda yaitu secara daring dan luring. Kegiatan ini dilakukan dengan cara pelatihan dan pendampingan. Pelatihan dan pendampingan dibagi menjadi tiga alur kegiatan yakni pra kegiatan, persiapan kegiatan dan pelaksanaan kegiatan. *Pertama*, Pra kegiatan ini merupakan tahapan diskusi awal bersama mitra melalui focus grup discussion yang dilakukan secara informal melalui daring. Diskusi ini membicarakan persiapan dan kebutuhan pelatihan serta pendampingan untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh mitra. Selain itu, tim pelaksana yang diwakili oleh Ketua Pengusul juga melakukan diskusi berapa jumlah peserta, lokasi kegiatan untuk pendampingan serta waktu pelaksanaan. *Kedua*, Persiapan kegiatan ini merupakan tahapan pembuatan materi pelatihan dan mempersiapkan peralatan apa saja yang diperlukan dalam pendampingan. Materi yang dipersiapkan adalah *power point* mengenai pelatihan desain kemasan dengan menggunakan aplikasi canva dan juga persiapan alat pendampingan yang akan digunakan oleh tutor pengajar yang dalam hal ini memiliki usaha Risoles yang sudah berhasil menghasilkan pengembangan produk melalui diversifikasi rasa sebagai strategi pemasaran. *Ketiga*, tahap pelaksanaan kegiatan ditandai dengan pelatihan yang dimulai dengan penjelasan desain kemasan dan dilanjutkan dengan pengajaran praktik langsung pembuatan desain dengan menggunakan aplikasi canva. Pelatihan desain kemasan labeling ini dilakukan secara daring. Selanjutnya adalah pemaparan urgensi diversifikasi produk serta praktik langsung di rumah mitra Ibu Lusi untuk mempraktekan pembuatan risoles dari berbagai

varian rasa. Rincian pemaparan kegiatan mengenai pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

Pemaparan dan pelatihan Diversifikasi Produk (Pendampingan).

Kegiatan ini dihadiri oleh pihak ketiga selain tim pelaksana dan mitra yaitu Ibu Retno Widayati selaku pengusaha risolezat yang sudah berkembang dan memiliki varian rasa. Ibu Retno Widayati juga menekuni usaha ini sejak tahun 2005 dan telah mengikuti perkembangan jaman dengan pemasaran yang cukup baik. Strategi yang dilakukan untuk terus eksis salah satunya adalah penambahan varian rasa risoles. Pelatihan Pendampingan praktek varian rasa (Diversifikasi) dilakukan di rumah mitra dengan mempersiapkan bahan yang telah disiapkan oleh tim pelaksana sesuai dengan saran Ibu Retno. Penambahan bahan dalam pendampingan pembuatan diversifikasi rasa ini adalah goldenfill coklat, greentea, smoked beef, pisang, mayones sebagai tahap awal pembuatan varian. Berikut adalah peralatan dan dokumentasi kegiatan pada pelatihan pendampingan urgensi diversifikasi produk. Adapun dokumentasi pendampingan diversifikasi varian rasa Risoles dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 5. Tambahan Varian Isi dan Rasa



Gambar 6. Penyajian Varian Isi dan Rasa



Gambar 7. Pelatihan Varian Rasa Risol oleh Ibu Retno



Gambar 8. Pelatihan Diversifikasi II

Pada kegiatan diatas, mitra juga diberikan contoh *packaging* yang telah dibawa oleh Ibu Retno selaku tutor. *Packaging* tersebut merupakan *packaging eco pack* yang ramah lingkungan. Dalam kegiatan ini, mitra juga selalu menggunakan sarung tangan plastik sebagai bentuk upaya higienitas dari pembuatan risoles. Proses pembuatan risolespun juga menggunakan sendok yang berbeda-beda dan menggunakan masker dari apa yang telah dibuat oleh Ibu Retno dan juga mitra sehingga terjaga protokol kesehatannya

Pelatihan Desain Kemasan (Brand Identity)

Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pelatihan mengenai desain labeling kemasan untuk produk Risoles. Saat ini mitra belum memiliki label kemasan, sehingga diberikan pelatihan dengan tujuan mampu memperluas jaringan pasar dari label yang dimiliki. Kegiatan ini dilakukan secara daring dengan menggunakan media zoom. Berikut adalah materi yang diberikan kepada mitra berupa tutorial dalam pembuatan desain

kemasan menggunakan canva. Berikut adalah dokumentasi materi dan praktek pembuatan canva.



Gambar 9. Cover Materi



Gambar 10. Pengertian Canva



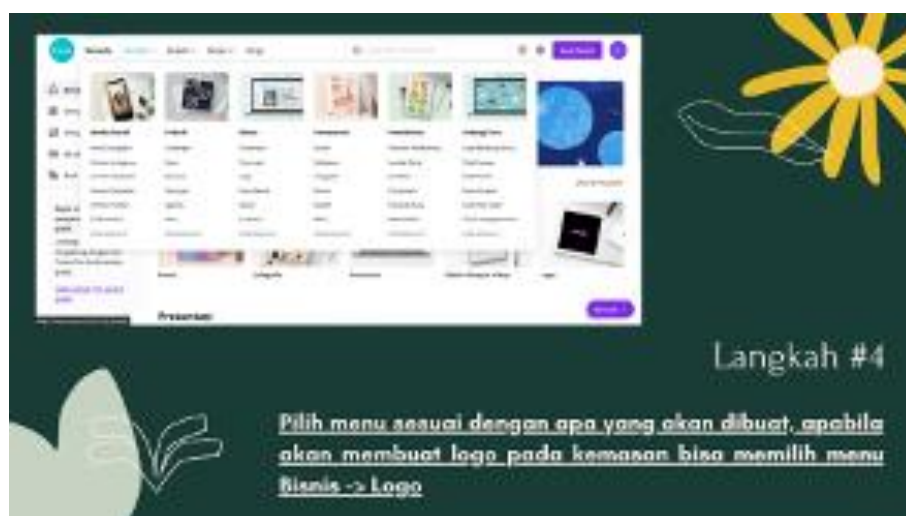
Gambar 11. Langkah 1 Pembuatan Canva



Gambar 12. Langkah 2 Register untuk Pembuatan Akun



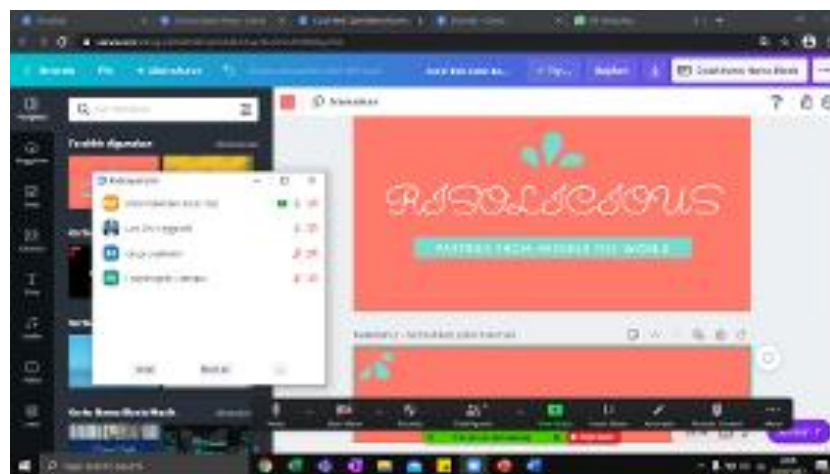
Gambar 13. Tampilan Canva yang akan digunakan



Gambar 14. Pemilihan template untuk Logo



Gambar 15. Pemilihan Desain untuk Kemasan



Gambar 16. Pengeditan Kemasan Sesuai Keinginan Mitra

Kegiatan pelatihan desain kemasan dihadiri oleh tim pelaksana yang terdiri dari 3 dosen dan 1 mahasiswa serta mitra Rosolicious. Teknis pelatihan menggunakan media zoom mengalami kendala pada mahasiswa dimana terjadi ketidakstabilan jaringan sehingga menyebabkan tidak hadir secara full team.



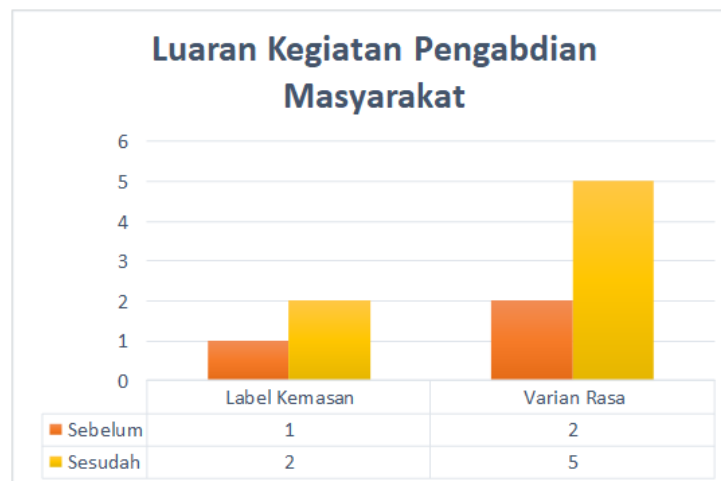
Gambar 17. Dokumentasi Foto bersama Mitra

Evaluasi Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak terlepas dari adanya hambatan. Tim Pelaksana melakukan evaluasi kegiatan dengan cara wawancara bersama mitra Ibu Lusi Dwi Anggraini. Kegiatan tahap pertama yang telah dilaksanakan secara keseluruhan berjalan dengan lancar. Mitra sangat mengapresiasi kegiatan yang diberikan oleh tim pelaksana dari ITB STIKOM Bali. Berdasarkan interview dari kegiatan yang telah dilaksanakan adapun hal-hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan yang telah dilaksanakan berjalan dengan baik, namun pada saat pemaparan pelatihan desain kemasan Ibu Lusi mengalami signal yang tidak stabil sehingga beliau meminta power point dari tutorial yang telah dibuatkan.
2. Penambahan varian rasa juga perlu dilakukan pemasaran yang extra sehingga para konsumen akan lebih familiar dengan varian rasa yang baru.

Selain hasil evaluasi, Adapun luaran kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Gambar 18. Luaran Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Berdasarkan evaluasi dan pemaparan kegiatan diatas berikut adalah capaian luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat.

Tabel 2. Target Capaian Luaran Mitra

Target Luaran	Capaian Luaran
Varian rasa bertambah 80% dari rasa sebelumnya yaitu 2 varian	Mitra memiliki penambahan varian rasa yaitu Risoles Rasa Coklat Pisang, Coklat Keju, <i>Smoked Beef Mayo</i> , Pisang Greentea.
100% Mitra memiliki label kemasan	Mitra bisa menggunakan aplikasi canva, dan telah membuat desain kemasan sendiri sesuai dengan keinginan mitra. Dokumentasi dari Mitra

Kesimpulan

Perkembangan usaha ditengah kondisi Pandemi Covid19 memerlukan strategi yang jitu dalam menghadapi problematika tersebut terlebih lagi bagi para pelaku usaha yang masih rintisan baru seperti yang dialami oleh Ibu Lusi Anggraini yang memiliki usaha Risolicious. Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan pada tahap pertama berjalan dengan baik. Mitra kini secara mandiri mampu membuat desain kemasan dan juga bisa belajar membuat konten-konten menarik dengan template yang bisa diakses dengan gratis. Pengembangan produk melalui diversifikasi rasa juga sudah diketahui dan dipraktekkan oleh mitra sehingga permasalahan yang telah dihadapi mitra telah menemukan solusi.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) Ibu Lusi Dwi Anggraini yang bersedia mejadi mitra dalam program kegiatan pengabdian masyarakat ini, 2) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat STIKOM Bali yang telah mendukung kegiatan ini dalam segi administrasi sehingga kegiatan berjalan dengan lancar 3) Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali yang telah memberikan sumbangsih dalam hal pendanaan dan support.

Referensi

- Ananda, R. (2016). Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga(Studi Kasus Home Industry Keripik di Kelurahan Kubu Gabang) Riau. *JPM FISIP*, 3(2).
- Rahman, R. (n.d.). 37,000 SMEs hit by Covid-19 crisis as goverment prepares aid. *The Jakarta Post*.